



---

## **EL IMPULSO DEL DINAMISMO EXPORTADOR EN LAS PYMES INDUSTRIALES. UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN**

*Autor 1. Mónica Blanco Jiménez*

*Institución de adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León*

*Dirección: Ave. Universidad s/n, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L. C.P. 66451*

*Mail to: moniblanco77@hotmail.com*

*Nacionalidad: Mexicana*

*Autor 2. Ronald Santos Cori*

*Institución de adscripción: Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León*

*Dirección: Ave. Universidad s/n, Ciudad Universitaria, San Nicolás de los Garza, N.L. C.P. 66451*

*Mail to: r\_santos\_cori@hotmail.com*

*Nacionalidad: Mexicana*

*Fecha de envío: 09/Abril/2015*

*Fecha de aceptación: 06/Mayo/2015*

---

### **Resumen**

Dada la importancia y relevancia que las PyMEs del sector industrial han tenido en la economía internacional y nacional, desde la perspectiva de la internacionalización, competitividad y éxito en otros mercados, resultó necesario analizar el dinamismo exportador para este tipo de empresas. Derivado de la problemática de impulsar las exportaciones de estas empresas se ha definido como objetivo de investigación el determinar desde una perspectiva teórica la importancia y el peso de los factores críticos propuestos que inciden en el dinamismo exportador de las PyMEs industriales aumentando su internacionalización. Después de un riguroso análisis teórico y empírico de los diferentes modelos, enfoques y teorías como marco de referencia de las diferentes percepciones económicas y paradigmas de la internacionalización de las empresas, se

definieron los cinco factores críticos que pueden incidir en el dinamismo exportador de las PyMEs industriales.

**Palabras clave:** Dinamismo exportador, exportaciones, internacionalización, PyMEs.

### **Introducción**

El panorama internacional y la globalización mundial de las economías reflejan la importancia de llevar a cabo estudios en el área de los negocios internacionales, específicamente, el derivado del proceso de internacionalización de las empresas mexicanas, máxime cuando la gestión de la actividad exportadora en las Pequeña y Mediana Empresa (PyMEs). Se considera que es un campo que aún no se ha explotado del todo, es decir, es importante complementar aquellos vacíos que todavía pudieran existir acerca de las diferentes prácticas y principios desarrollados por las empresas exportadoras. Sobre todo como éstos principios o factores influyen en sus resultados, tanto en el dinamismo y desempeño exportador, así como en los aspectos financieros y de posición competitiva de estas empresas.

Existen diversas perspectivas que estudian los factores determinantes del desempeño exportador de las pequeñas y medianas empresas en los mercados internacionales, como la perspectiva económica, la de procesos, la de redes y más recientemente desde el enfoque de *born globals*. Tal y como se muestra en la Tabla 1. Cada una de estas escuelas tienen sus respectivos enfoques, teorías, modelos y autores, tales como: la Teoría de la Internalización, el Paradigma Ecléctico de Dunning, el Modelo de Uppsala, el Modelo de Vernon. De igual manera, hay modelos que evalúan y miden la competitividad empresarial con base a diversos factores como los recursos humanos y materiales, los costos fijos y variables y los impactos en la innovación (OCDE, 1992; Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer, 1994), o el muy conocido Diamante Competitivo de Porter (1990).

**Tabla 1. Principales escuelas y teorías sobre la internacionalización de las empresas**

<b>Escuela o bloque</b>	<b>Teorías</b>	<b>Autores</b>
Internacionalización desde una perspectiva económica.	Teoría de la organización industrial, teoría de la internalización, teoría ecléctica de Dunning y la teoría de la ventaja competitiva de las naciones (enfoque macroeconómico).	Buckley y Casson (1976). Dunning (1980, 1985, 1993, 1998). Porter (1990).
Internacionalización desde una perspectiva de proceso.	Modelo de Uppsala, modelo del ciclo de vida del producto de Vernon, modelo de Jordi Canals, modelo Way Station.	Johanson y Vahlne (1977, 1990). Vernon (1966). Cavusgil y Knight, 1980, 1996. Reid, 1981. Bilkey y Tesar, 1977.
Internacionalización desde una perspectiva de redes.	Teoría de redes, modelo de Johanson y Mattson.	Welch y Luostarinen, 1988. Aaby y Slater, 1989. Katsikeas, et al., 1995. Johanson y Mattson, 1986.
Enfoque <i>Born Global</i> .	Fenómeno <i>Born Global</i> .	Jolly, Alahuhta y Jeannet, 1992; Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997; McAuley, 1999; Fillis, 2000; McDougall, Shane y Oviatt, 1994; Oviatt y McDougall, 1994, 1995, 1997; Plá Barber y Cobos Caballero, 2002).

Fuente: Fillis, I. (2001).

En las últimas cuatro décadas, las investigaciones que abordan las diferentes estrategias de internacionalización usadas por las empresas, en general se han basado o seguido el

comportamiento de las grandes empresas transnacionales o grandes grupos corporativos. Sin embargo, como lo señala Jean-Paul (2004), a pesar del reciente progreso de las PyMEs en el ámbito internacional, su proceso del cómo se han internacionalizado se ha estudiado poco, por lo que a menudo se ha tratado de explicar su evolución con modelos o esquemas formulados para las empresas de gran tamaño.

Por lo que este proyecto tratará de mostrar un avance del estudio del dinamismo exportador de las PyMEs desde una perspectiva teórica, sustentado en los estudios desarrollados por Milesi y Aggio (2008), sobre el Índice de Éxito Exportador en las PyMEs Latinoamericanas, en el Modelo Uppsala desarrollado por Johanson y Wiedersheim (1975) y Johanson y Vahlne (1977), y adaptado por Galván (2003) y por último, en los estudios de Alonso (1994), y Alonso y Donoso (1998), donde se explica el dinamismo exportador a través de la tasa de variación en las exportaciones de las empresas en un tiempo determinado.

De manera concreta, esta investigación está enfocada al análisis y estudio de los factores críticos que inciden en el dinamismo exportador de las PyMEs del sector industrial en diferentes regiones del mundo, el cual servirá como base teórica para determinar los factores críticos particulares que serán medidos para las PyMEs industriales sonorenses.

### **Planteamiento del problema**

Se considera que es importante y pertinente el analizar a las PyMEs industriales mexicanas, debido a la internacionalización que tiene el Estado de Sonora que es frontera con los Estados Unidos, lo que permite tener una dinámica comercial bilateral muy importante, gracias a que el gobierno mexicano ha firmado diferentes tratados y acuerdos comerciales con otros países del mundo, en aras de que las empresas logren mejores resultados derivados de su actividad exportadora.

De manera general, el panorama anterior refleja la importancia de acrecentar los estudios en materia de negocios internacionales, específicamente, el proceso de internacionalización de las empresas mexicanas, máxime cuando la gestión de la actividad exportadora, especialmente en las PyMEs, es un campo que aún no se ha explotado del todo. Es importante complementar aquellos vacíos que todavía pudieran existir acerca de las diferentes prácticas y principios desarrollados por las empresas exportadoras y como éstos influyen en sus resultados, tanto financieros como en la posición competitiva.

De esta manera, el objetivo de este proyecto de investigación es determinar desde una perspectiva teórica la importancia y el peso de los factores críticos propuestos que inciden en el dinamismo exportador de las PyMEs industriales aumentando su internacionalización. Por lo que se ha formulado la siguiente pregunta de investigación, ¿cuáles son los factores críticos que podrían tener una influencia en el dinamismo exportador de las PyMEs industriales desde una perspectiva teórica?

### **Las PyMEs en el contexto internacional**

En un escenario cada vez más globalizado cuya característica es la innovación y la adecuación a modelos de gestión y estrategias, conlleva a la necesidad de las empresas nacionales a globalizarse y por ende, buscar la internacionalización, lo cual pone de manifiesto los problemas que deben asumir y solucionar estas empresas en los países, especialmente emergentes o en vías de desarrollo, para alcanzar e internacionalizar métodos, sistemas y formas de gestión con una proyección determinada, asumiendo diversos factores críticos de éxito, como se manifiesta en estos tiempos en los mercados competitivos.

Entre dichos factores, se destacan la adopción de diversas estrategias competitivas, como el precio de exportación del producto, la innovación tecnológica, la capacidad financiera, la capacidad instalada de producción para atender la oferta exportable y la calidad total del producto, entendiéndose ésta última como el aseguramiento de la calidad de los procesos productivos y de los requerimientos y necesidades del cliente o usuario, y propender a su certificación (certificación de calidad). Frente a este modelo global y de mercados internacionales, el desarrollo y el éxito de las empresas intervinientes dependerá de las condiciones de respuesta frente a las exigencias y tendencias del mercado.

El sector empresarial más afectado en este esquema globalizado, pareciera ser que es aquél denominado como las PyMEs, ya que la apertura de las fronteras, a raíz de los Tratados de Libre Comercio y la liberalización del comercio mundial, acorde a las normas de la Organización Mundial del Comercio (OMC), está forzando a estas empresas a su adecuación a las nuevas reglas de la competitividad, productividad, calidad e innovación tecnológica, en este sentido, los cambios de escenarios y los paradigmas económicos que regulan el mercado internacional, constituyen factores importantes en la supervivencia y crecimiento de las PyMEs.

Con base a lo anterior, se plantea que el éxito exportador de las PyMEs es muy importante para el desempeño económico de un país, puesto que es la fuente primaria de divisas, permite obtener economías de escala y un grado de especialización única, lograr acceso a nuevas tecnologías y atraer inversión extranjera directa (Lall, 2000). Por lo tanto, los países buscan adoptar programas y medidas que permitan desarrollar y promover las exportaciones de sus empresas.

### **Método**

El tipo de investigación es exploratoria y descriptiva, ya que se realiza un análisis exhaustivo exploratorio de la literatura que permita describir teóricamente los factores del dinamismo exportador. Es una investigación de ciencia básica, ya que ésta aportará nuevos conocimientos y no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como suceden en su contexto natural y solo se hace un análisis profundo sobre los estudios teóricos y empíricos. Se utiliza un método deductivo, comparativo y analítico con una aproximación teórica de la internacionalización.

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es determinar los factores críticos que inciden en el dinamismo exportador de las empresas, a partir de una revisión sistematizada de la literatura basada en evidencia de estudios teóricos y empíricos que permita contextualizar el marco teórico de la investigación de campo que se pretende llevar a cabo más adelante como la segunda fase de este proyecto.

La hipótesis planteada es que los factores críticos como determinantes para aumentar la internacionalización de las PyMEs industriales, a través de su dinamismo exportador son: el precio exportable del producto, la calidad del producto, la capacidad instalada, la capacidad de innovación y la capacidad financiera.

### **Marco teórico**

Es importante comprender la internacionalización antes de abordar el tema del dinamismo exportador y los diversos fenómenos que lo explican. La internacionalización puede ser explicada a través del crecimiento del comercio internacional y la inversión directa de las empresas en el exterior, mediante relaciones comerciales de exportación e importación,

financieras o de producción, por medio de la elaboración de productos en otros países o parte de ellos de forma interna, así como del resultado de la cooperación empresarial.

La expansión en otros países, provee a la empresa que lo desarrolla un aumento significativo en las ventas de sus productos existentes y con ello mejores rendimientos sobre sus activos fijos, asimismo, las empresas pueden acceder a mejores fuentes de materias primas, productos, mano de obra más calificada y a menores costos, y obtener incluso, mejores capacidades tecnológicas en otros países que les permitan aumentar su experiencia y conocimiento en los mercados de exportación (Villarreal, 2005). Motivo por el cual, el proceso de internacionalización es sumado a la actividad administrativa de la empresa como una estrategia de incursión en los mercados extranjeros, convirtiéndose en materia de estudio necesaria para el área de los negocios internacionales.

En este aspecto, el dinamismo exportador de las PyMEs ha sido explicado en numerosos estudios empíricos mediante la tasa de crecimiento de las ventas internacionales, ya que ésta representa una medida objetiva y precisa, además de estar sustentada a través del índice de éxito exportador. Asimismo, la base teórica del Modelo Uppsala y los estudios realizados por Alonso (1994), y Alonso y Donoso (1998), argumentan la medición y explicación de dicha variable y que serán presentados a continuación.

### **Análisis teórico de la internacionalización**

La internacionalización de la empresa empezó a ser estudiada en la década de los cincuenta, cuando empresas estadounidenses comenzaron a realizar inversiones significativas en el extranjero, principalmente en Europa. Los primeros estudios trataban de explicar e identificar los factores del país, mercado o sector que determinaban las causas por las que la empresa



realizaba una Inversión Directa Extranjera (IDE) con la teoría ecléctica de Dunning (1980). De este modo, a final de los años 70, la expansión de las transacciones económicas a través de las fronteras nacionales refleja un incremento en el mercado mundial, mostrando que los procesos de internacionalización ganan más importancia en la economía internacional, de tal forma que ningún país puede escapar de los efectos de este incontenible cambio (Milner y Keohane, 1996).

En la última década, el proceso de internacionalización es más evidente y generalizado. La crisis financiera, la creciente interdependencia entre países, la formación de bloques regionales, el surgimiento de nuevas economías, así como los permanentes avances tecnológicos en todos los sectores configuran un entorno competitivo global y cambiante. Como consecuencia de este continuo cambio, se constata un incremento significativo del número de empresas que operan internacionalmente, considerándolo como pilar básico para su supervivencia (Leonidou et al., 2002).

En estos últimos años, las estrategias de importación y exportación han ganado atención notable por muchas razones. En primer lugar, previos estudios han demostrado que, especialmente entre las pequeñas y medianas empresas, el orden de las operaciones de comercialización más comunes de internacionalización es primero hacia adentro del mercado local y solamente después de eso, hacia mercados externos o extranjeros (Jones, 1999; Korhonen, 1999; Samiee et al., 1993; Welch y Luostarinen, 1988, 1993).

En segundo lugar, otros estudios han encontrado que importar ha servido como una plataforma hacia la exportación, por ejemplo, los impulsos de la importación pueden crear oportunidades para los negocios internacionales (Karlsen et al., 2003; Korhonen, 1999; Welch y Luostarinen, 1993).

En tercer lugar, hay una serie considerable de investigaciones que abordan la estrategia de la internacionalización con perspectiva de red que enfatiza el significado de los contactos personales y socios comerciales en el extranjero (Forsgren, 2002; Holmlund y Kock, 1998; Johanson y Mattsson, 1988; Johanson y Vahlne, 1977). Todos estos estudios dan un sustento teórico al análisis de la internacionalización que se analiza en este artículo.

Por lo tanto, es importante comprender la internacionalización antes de abordar el tema del dinamismo exportador y los diversos fenómenos que lo explican (variables independientes o explicativas). En este sentido, una definición puntual es la proporcionada por Villarreal (2005).

Una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento aumentativo. (Villarreal, 2005:122)

Después de realizar un análisis teórico se han asociado las diferentes teorías y modelos que explican el proceso de internacionalización en cuatro grandes grupos o perspectivas: 1) la internacionalización desde una perspectiva económica, 2) la internacionalización desde una perspectiva de procesos, 3) la internacionalización desde una perspectiva de redes, y 4) el enfoque Born Global.

En cada una de estas perspectivas se realizó una búsqueda de teorías y modelos que explican el fenómeno de la internacionalización. Encontrando que desde una perspectiva económica, se tienen las siguientes fundamentaciones teóricas: (a) la teoría de la organización industrial, (b) teoría de la internacionalización, (c) teoría ecléctica de Dunning y, (d) la teoría de la ventaja competitiva de las naciones o enfoque macroeconómico.

En cuanto al grupo de las teorías que explican el fenómeno de la internacionalización desde una perspectiva de proceso, se tienen: (a) el modelo de Uppsala, (b) el modelo del ciclo de vida del producto de Vernon, (c) el modelo de Jordi Canals y, (d) el enfoque de innovación o modelo Cavusgil. Las teorías que explican la internacionalización desde una perspectiva de redes, se tienen: (a) la teoría de redes y, (b) el modelo de Johanson y Mattson. Por último, el enfoque o fenómeno conocido como Born Global, el cual explica el proceso de internacionalización de las empresas de reciente creación a partir de diferentes factores como una perspectiva emergente del siglo XXI.

De forma más analítica, en la Tabla 2a y Tabla 2b, se muestran las principales aportaciones que cada escuela o teoría ha realizado al estudio de la internacionalización de las empresas.

**Tabla 2a. Principales escuelas y aportaciones al estudio de la internacionalización**

<b>Grupo</b>	<b>Escuela o teoría</b>	<b>Principales aportaciones al estudio de la internacionalización</b>
Internacionalización desde una perspectiva económica	Organización industrial	La explotación de la ventaja competitiva exclusiva de una empresa al penetrar en un mercado internacional explican el por qué ocurre la inversión extranjera directa.
	Internalización	La realización interna de las actividades de una empresa, deberá resultar más eficiente que cederlas a otra que preste servicios en el extranjero.
	Paradigma ecléctico de Dunnig	La extensión, la forma y el patrón de producción internacional de una empresa, están fundamentados en la relación de las ventajas específicas de la empresa, la preferencia a internacionalizar mercados exteriores y el atractivo para producir en dichos mercados.
	Enfoque macroeconómico	La dotación de factores como las condiciones de demanda, industrias conexas y de apoyo, estrategias, estructura y rivalidad de las firmas, tratan de explicar cómo las empresas logran desarrollar

Internacionalización desde una perspectiva de procesos		ventajas competitivas en mercados competitivos.
	Modelo Uppsala	La empresa incrementará de forma gradual sus recursos comprometidos en un país determinado a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado.
	Ciclo de vida del producto	La internacionalización está basada en el ciclo de vida del producto expuesto por Vernon (1966), en el cual se plantea que dicho proceso evoluciona cuando el producto pasa en su ciclo de vida de una etapa a otra.
	Modelo de Jordi Canals	Las empresas siguen un proceso secuencial y gradual de tres etapas al momento de su internacionalización y su nivel de compromiso con la nueva unidad de negocio.
	Modelo de Cavusgil	La decisión de llegar a mercados externos se da con los progresos de innovación aplicados en los productos y procesos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información consultada.

**Tabla 2b. Principales escuelas y aportaciones al estudio de la internacionalización**

Grupo	Escuela o teoría	Principales aportaciones al estudio de la internacionalización
Internacionalización desde una perspectiva de redes	Teoría de redes	Las empresas se internacionalizan por redes mediante el establecimiento y cultivo de relaciones con socios, a través de la extensión internacional, la penetración y la integración internacional.
	Modelo de Johanson y Mattson	Cuando las empresas se internacionalizan, crean y desarrollan redes, a través de relaciones de negocio con sus homólogos en los países extranjeros.
La internacionalización	Enfoque de Born Global	Relaciona la aparición de las empresas Born Global con tres factores importantes:

desde el enfoque Born Global	a) las nuevas condiciones del mercado; b) los desarrollos tecnológicos en áreas de producción, transporte y comunicación y; c) las capacidades más desarrolladas de las personas.
---------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia a partir de la información consultada.

### Factores críticos que inciden en el dinamismo exportador

Existe un amplio número de estudios y trabajos empíricos que demuestran la influencia que ejercen las diferentes variables/factores en el dinamismo exportador de las empresas. Para efectos del presente estudio preliminar, se presentan los factores críticos que se consideran tienen un efecto en la variable explicada (y). Algunos de ellos se muestran en la Tabla 3, donde se especifica el tipo de estudio realizado, los resultados y relaciones en términos de las variables que fueron estudiadas.

**Tabla 3. Estudios realizados en función de las variables del dinamismo exportador**

<b>Variables estudiadas</b>	<b>Autor(es)</b>	<b>Tipo de análisis</b>	<b>Relaciones y resultados</b>
Actividades de IyD Capacidad de marketing Producto único	Leonidou, et al., (2007)	Meta-análisis	Intensidad y propensión exportadora: Positiva No significativa Positiva
Inversión en IyD Competitividad en precio Calidad del producto Tecnología de producción	Eusebio y Llonch, (2006)	Regresión múltiple	Intensidad y dinamismo exportador: Positiva Positiva  No significativa Positiva
Calidad del producto	Brooks (2006)	Regresión múltiple	Intensidad y dinamismo exportador: Positiva
Innovación Uso de nuevas tecnologías	Ibeth (2003)	Análisis de la varianza, ANOVA	Propensión exportadora: Positiva Positiva
	Guan y Ma	Regresión	Intensidad exportadora:

Actividad en IyD	(2003)	múltiple	Positiva
Capacidad de fabricación			No significativa
Capacidad de marketing			Positiva
Innovación de producto	Rodríguez (1999)	Regresión	Propensión y dinamismo exportador:
Inversión en IyD			Negativa
Capital			Positiva
IyD en producto	Keng y Jiu (1989)	Análisis discriminante múltiple	Propensión y dinamismo exportador:
Nuevos productos			Positiva
Gestión eficiente			Positiva
Calidad del producto			No significativa
Diseño del producto			No significativa
			No significativa

Fuente: Elaboración propia, a partir de los estudios realizados por los autores.

## Resultados

De forma más específica y detallada y con base al estudio del marco teórico, se proponen los siguientes factores críticos como determinantes para aumentar la internacionalización de las PyMEs industriales a través de su dinamismo exportador: el precio exportable del producto, la calidad del producto, la capacidad instalada, la capacidad de innovación y la capacidad financiera.

En cuanto al factor sobre el precio exportable del producto. Este no sólo afecta a la elección de dónde y cómo se exportará, sino elementos como la fortaleza de la moneda del mercado destino, los INCOTERMS, la elasticidad de la demanda, la estructura de los costos, los precios internacionales y de la competencia, entre otros. Todos estos elementos influyen en las decisiones estratégicas del cómo determinar el precio de exportación (Cavusgil, 1990).

El factor de la calidad del producto consiste en lograr la conformidad o adecuación del conjunto de las características y atributos de un producto o servicio con las necesidades y expectativas del comprador (Miñarro y García, 2003).

Con respecto al factor de la capacidad instalada de producción es indispensable para poder satisfacer la oferta exportable en términos de producir y satisfacer la demanda internacional. La capacidad instalada de producción facilita el aumentar la productividad, reducir la estructura de costos sin reducir los estándares de calidad o la orientación del mercado del producto (Melle y Raymond, 2001). En resumen, las exportaciones aumentan a medida que el sistema productivo se vuelve más automatizado y con un mayor contenido tecnológico, debido a que posibilita a la empresa a reaccionar más eficazmente a la oferta exportable y a los gustos de los consumidores (Tracey et al., 1999).

El factor referente a la capacidad de innovación considera que la innovación de la empresa es fundamental para mantener ventajas competitivas, en el marco del proceso de competencia y en el intento de diferenciación impulsados por un contexto cada vez más globalizado. De forma sencilla, para Valls et al. (2003), la innovación supone para la empresa la introducción de un cambio técnico en los productos o en los procesos. Asimismo, la capacidad de innovar modifica el comportamiento exportador de la empresa, constituyendo el elemento básico mediante el cual, pueden incrementar la competitividad internacional y por ende, su desempeño y dinamismo exportador (Roper y Love, 2002; Wakelin, 1998; Hitt et al., 1990).

Por último, el factor de la capacidad financiera de la empresa es medida a través de la disponibilidad de recursos financieros necesarios para ejecutar el plan de exportación. Diversos autores a nivel mundial y estudios empíricos y teóricos como el realizado por Martínez Villavicencio (2006), ha demostrado que para la incursión exitosa de las operaciones hacia

mercados internacionales, las PyMEs requieren de una inversión importante de recursos financieros, de tal manera que éstos incluyan desde la exploración de mercados, a partir de posibles visitas y tratamiento de contactos, hasta la determinación de la estrategia de exportación y la competencia con los proveedores del mismo producto en el país de destino de las exportaciones.

De esta manera se puede deducir que el proceso de internacionalización de las empresas exportadoras de las PyMES ha sido sometido a una investigación teórica y empírica (Cavusgil y Godiwalla, 1982; Dichtl et al., 1984) y parece que se benefician de una aceptación general en la literatura (cf. Bradley, 1991; Reid y Rosson, 1987; Welch y Luostarinen, 1988).

### **Conclusiones**

Es indispensable que las empresas adopten políticas activas vinculadas a una mayor inversión en infraestructura, innovación y en ciencia y tecnología, además de políticas de financiamiento inclusivo que apuntalen a las pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, de manera general, las compañías exportadoras de los países en desarrollo tienen mayores dificultades para competir exitosamente en el ámbito internacional, sobre todo, las PyMEs, ya que muchas de estas empresas carecen de recursos, de un entorno estimulante de negocios, de competencias y ventajas competitivas necesarias para lograr el éxito en los mercados internacionales (Lall, 2000).

En consecuencia, es crítico que las PyMEs exportadoras y las instancias gubernamentales identifiquen los factores que inciden en las exportaciones y les permiten incrementar la competitividad sostenida de las mismas, y a su vez, estos factores puedan mejorar las estrategias de negocios y se enfoquen políticas públicas para su desarrollo, por lo que la aportación teórica de este artículo es la propuesta de los siguientes factores como determinantes del dinamismo



exportador de las PyMEs industriales: (1) El precio exportable del producto, (2) la calidad del producto, (3) la capacidad instalada de producción, (4) la capacidad de innovación de la empresa y, (5) la capacidad financiera de la empresa, que en su conjunto serán las variables explicativas del modelo de regresión y de la propia variable que medirá el dinamismo exportador desde la perspectiva del desempeño de las empresas.

Con base a lo anterior, se pueda dar una respuesta afirmativa a la pregunta de investigación formulada en el presente estudio, ya que si existen suficientes estudios empíricos y teóricos para argumentar la propuesta de los factores que inciden en el dinamismo exportador, de acuerdo a la revisión literaria y construcción del marco teórico realizado.

Cabe señalar, que en la segunda etapa del estudio se podrá determinar el orden de importancia y peso de incidencia de los factores críticos en el dinamismo exportador de las PyMEs, se podrá conocer por un lado, las fortalezas y por otro, los requerimientos de las empresas en el ámbito internacional y con ello, establecer estrategias de internacionalización para lograr obtener un posicionamiento competitivo a través de las exportaciones en los mercados extranjeros.

### **Bibliografía**

- Alonso, J.A. (1994). El Proceso de Internacionalización de la Empresa. *Información Comercial Española*, 725, 127-143.
- Alonso, J.A. y Donoso, V. (1998). Competir en el Exterior. La Empresa Española y los Mercados Internacionales, Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid, 1997.
- Bradley, M.F. (1991). *International marketing strategy*. New York: Prentice-Hall, Inc.
- Cavusgil, S.T. (1990). On the Internationalization Process of Firms, en Thorelli, H.B. y Cavusgil, S.T. (Eds.). *International Marketing Strategy (3a edition)*. Ed. Pergamon Press, Oxford, Inglaterra.
- Cavusgil, S.T. y Godiwalla, Y.M. (1982). Decisions making for international marketing: A comparative review. *Management Decision*, 20(4), 47-54. doi:10.1108/eb001299.
- Dichtl, E., M. Leibold, Hans-Georg Koglinayr y Stefan Mueller. (1984). The export-decision of small and medium-sized firms: A review. *Management International Review*, 24(2), 49-60.
- Dunning, J.H. (1980). Toward an Eclectic Theory of International Production. Some Empirical Test. *Journal of International Business Studies*, 11(1), 9-31. doi:10.1057/palgrave.jibs.8490593.
- Esser, K., Hillenbrand and W, Messner D. y Meyer-Stamer J. (1994). *Competitividad sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Instituto Alemán de Desarrollo, Berlín, 85 p.
- Forsgren, M. (2002). The Concept of Learning in the Uppsala Internationalization Process Model: A Critical Review. *International Business Review*, 11(3), 257-77. doi:10.1016/s0969-5931(01)00060-9.

Galván, I. (2003). Capítulo II. Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas.

En I. Galván, La Formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internacionalización de las empresas (págs. 93-140). Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

Fillis, I. (2001). Small firm internationalization: an investigative survey and future research directions. *Management Decision*, 39(9), 767-783. doi:10.1108/00251740110408683

Hitt, M.A.; Hoskisson, R.E.; Ireland, R.D. (1990). Mergers and Acquisitions and Managerial Commitment to Innovation in M-form Firms. *Strategic Management Journal*, 11, 29-47.

Holmlund, M. y Kock, S. (1998). Relationships and the Internationalization of Finnish Small and Medium-Sized Firms. *International Small Business Journal*, 16(4), 46-63. doi:10.1177/0266242698164003.

Jean-Paul, D. (2004). Internacionalización de la PYME: Una herramienta de análisis. *Revista de Comercio Exterior*, 54(2), 152-158.

Johanson, J., y Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-322. doi:10.1111/j.1467-6486.1975.tb00514.x

Johanson, J., y Vahlne, J.-E. (1977). The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32. doi:10.1057/palgrave.jibs.8490676

Johanson, J., y Mattson, L.G. (1988). Internationalization in industrial systems- a network approach, en N. Hood y J.E. Vahlne (Eds.). *Strategies in Global Competition*, Croom Helm, Londres, 287-314.

- Jones, M.V. (1999). The Internationalization of Small High-Technological Firms. *Journal of International Marketing*, 7(4), 15–41.
- Karlsen, T., Silseth, P.R., Benito, G.R.G. and Welch, L.S. (2003). Knowledge, Internationalization of the Firm, and Inward-Outward Connections. *Industrial Marketing Management*, 32(5), 385–396. doi:10.1016/s0019-8501(03)00012-9.
- Korhonen, H. (1999). Inward-Outward Internationalization of Small and Medium Enterprises. Doctoral Dissertation A-147, Helsinki School of Economics and Business Administration.
- Lall, S. (2000). The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985–98. *Oxford Development Studies*, 28(3), 337-367. doi:10.1080/713688318.
- Leonidou, L.C., Katsikeas, C.S. y Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business Research*, 55(1), 51–67. doi:10.1016/s0148-2963(00)00133-8.
- Martínez, V. (2006). Factores Críticos para el Desempeño Exportador de las PyMEs. *TEC Empresarial*, 1(1), 32-37.
- Melle, M.; Reymond, J.L. (2001). Competitividad Internacional de las PyMEs Industriales Españolas. *Papeles de Economía Española*, (90), 88-105.
- Milesi, D., Aggio, C. (2008). Éxito exportador, innovación e impacto social. Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericana. Banco Interamericano de Desarrollo. Fundes WORKING PAPER.

- Milner, H.V., y Keohane, R.O., (1996). Internationalization and Domestic Politics: An Introduction Internationalization and Domestic Politics. 3-24, *Cambridge University Press*. doi:10.1017/cbo9780511664168.002.
- Miñarro, Q.D., y García Pérez de Lema, D. (2003). Gestión de los costos de calidad y rendimiento de las pequeñas y medianas empresas. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, 2, 75-99.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, OCDE. (1992). Technology and the Economy. The key relationships, Paris.
- Porter, M.E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Competitive Intelligence Review*, 1(1), 14–14. doi:10.1002/cir.3880010112.
- [Reid, S. y Philip J. Rosson. \(1987\). Managing export entry and expansion: An overview. In Stan D. Reid & Philip J. Rosson, editors, Managing export entry and expansion. New York: Praeger.](#)
- Roper, S.; Love, J.H. (2002). Innovation and Export Performance Evidence from the UK and German Manufacturing Plants. *Research Policy*, 31(7), 1087-1102. doi:10.1016/s0048-7333(01)00175-5.
- Samiee, S., Walters, P.G.P. and DuBois, F.L. (1993). Exporting as an Innovative Behavior: An Empirical Investigation. *International Marketing Review*, 10(3), 5-25. doi:10.1108/02651339310040625.
- Tracey, M.; Vonderembse, M.A.; Lim, J. (1999). Manufacturing Technology and Strategy Formulation: Keys to enhancing competitiveness and improving performance. *Journal of Operations Management*, 17(4), 411-428. doi:10.1016/s0272-6963(98)00045-x.

- Valls, J., Castells, E. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Edicions de la Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona.
- Villarreal, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea. *Cuadernos de Gestión*, 5(2), 55-73.
- Wakelin, K. (1998). Innovation and Export Behavior at the Firm Level. *Research Policy*, 26(7-8), 829-841. doi:10.1016/s0048-7333(97)00051-6.
- Welch, L. y R. Luostarinen. (1988). Internationalization: evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14(2), 34-55.
- . (1993). Inward-Outward Connections in Internationalization. *Journal of International Marketing*, 1(1), 44-56.